

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berbicara mengenai “transaksi” umumnya orang mengatakan adalah hal tersebut perjanjian jual beli antara para pihak yang bersepakat untuk itu. Dalam lingkup hukum, sebenarnya istilah transaksi adalah keberadaan suatu perikatan ataupun hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Sepanjang mengenai benda tidak bergerak maka hukum akan mengatur mengenai perbuatan hukumnya itu sendiri yakni harus dilakukan secara “terang” dan “tunai”. Oleh karena itu, keberadaan ketentuan-ketentuan hukum mengenai perikatan sebenarnya tetap valid karena ia mencakup semua media yang digunakan untuk melakukan transaksi itu sendiri, baik dengan media kertas (*paper based*) maupun dengan media sistem elektronik (*electronic based*).¹

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini telah membawa umat manusia pada era teknologi informasi dan komputerisasi. Dengan pemanfaatan teknologi tersebut telah banyak memberikan kemudahan bagi manusia dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Sebagai contoh yaitu dalam dunia perdagangan, transaksi bisnis seorang pembeli tidak harus bertatap muka langsung dengan penjual seperti layaknya dalam pasar tradisional melainkan hanya melalui suatu media elektronik yang terhubung secara *online*, yang dikenal dengan internet.

¹Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003) h 222.

Dalam perkembangannya dewasa ini, perlu diketahui bahwa transaksi elektronik yang sekarang ini ramai dibiicarakan sebagai *online contract* yang memiliki arti perikatan ataupun hubungan hukum yang dilakukan secara elektronik dengan memadukan jaringan (*networking*) dari sistem informasi berbasis komputer (*computer based informtion system*) dengan sistem komunikasi yang berdasarkan atas jaringan dan jasa telekomunikasi (*telecommunication based*), yang kemudian difasilitasi oleh keberadaan jaringan komputer global internet (*network of network*).²

Perkembangan yang paling mutakhir muncul sebuah model atau sistem transaksi bisnis yang sangat inovatif dan kreatif mengikuti *high tech improvement* (kemajuan teknologi tinggi) di bidang komunikasi dan informasi. Canggihnya teknologi modern saat ini dan terbukannya jaringan informasi global yang serba transparan. Hal ini ditandai dengan kemunculan internet, *cybernet*, atau *word wide web (www)* yakni sebuah teknologi yang memungkinkan adanya transformasi informasi secara cepat keseluruh dunia maya.

Bajaj dan Depjani mempertegaskan pendapatnya dengan merujuk kepada definisi yang dibuat oleh Uncitral yang menyatakan, bahwa secara singkat *e-commerce* didefinisikan sebagai “setiap aktifitas perdagangan yang dilaksanakan dengan cara melakukan pertukaran informasi yang diberikan, diterima atau disimpan melalui jasa elektronik, optik atau alat serupa lainnya

²*Ibit*, h.223.

termasuk, tetapi tidak terbatas pada *EDI*, *email*, telegram, telex atau telekopi”³. Jadi secara singkat dapat dideskripsikan, bahwa *e-commerce* adalah suatu bentuk bisnis modern melalui sarana internet, karenanya *e-commerce* dapat dikatakan sebagai perdagangan diinternet.

Saat ini, internet dan *e-commerce* seperti sudah menjadi sebuah gaya hidup (*life style*) di mana-mana, termasuk di Indonesia. Bisnis melalui internet ini juga sudah mulai marak di beberapa provinsi di tanah air. Tidak salah kalau kemudian dikatakan bahwa internet dan *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan di dalam millenium ketiga.⁴

Ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dengan menggunakan internet sebagai media perdagangan, yaitu:

1. Keuntungan bagi pembeli:
 - a. Menurunkan harga jual produk;
 - b. Lebih banyak pilihan dan tidak perlu pergi ke toko untuk melakukan jual beli;
 - c. Meningkatkan produktivitas pembeli;
 - d. Manajemen informasi yang lebih baik;
 - e. Mengurangi biaya dan waktu pengadaan barang;
 - f. Kendali *inventory* yang lebih baik.
2. Keuntungan bagi penjual:
 - a. Identifikasi target pelanggan dan definisi pasar yang lebih baik;
 - b. Manajemen *cash flow* yang lebih baik;

³*Ibit*, h.32

⁴*Ibit*, h.28

- c. Meningkatkan kesempatan berpartisipasi dalam pengadaan barang atau jasa (tender);
- d. Meningkatkan efisiensi;
- e. Kesempatan untuk melancarkan proses pembayaran pesanan barang;
- f. Mengurangi biaya pemasaran.

Dengan sistem *e-commerce* ini seorang penjual (*seller*) tidak harus bertemu langsung (*face to face*) dengan pembeli (*buyers/consumers*), dalam suatu transaksi dagang. Transaksi bisa terjadi hanya lewat surat menyurat melalui *e-mail*, telekopi dan lain-lain. Pembayaran (*payment*) bisa dilakukan juga melalui internet. *Data message* (pesan data) yang berisi *aggrement* (perjanjian dan kesepakatan kontrak) bisa disampaikan oleh salah seorang diantara pihak yang terkait (sebagai *originator*) kepada pihak lain (si penerima, *addressee*) secara langsung atau melewati mediator (*intermediary*) melalui jasa elektronik seperti internet, ekstranet, *e-mail* dan lainnya.⁵

Budaya internet sebagai tanda-tanda kemajuan dunia begitu mempesona masyarakat dunia, ia telah menawarkan keuntungan secara ekonomis, finansial, tenaga dan lain-lain dalam perkembangan komunikasi dan informasi, baik domestik maupun international.

Walau demikian, dibalik keuntungan-keuntungan komunikasi bisnis via internet ini, ada problematika hukum yang menarik untuk dikaji karena dalam bisnis via internet ini, para pihak baik itu produsen ataupun konsumen, penjual atau pembeli, baik dalam fase kontak bincang-bincang (*pre contractuale fase*)

⁵Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: Andi, 2001), h. 138

atau lainya sama sekali tidak bertemu fisik, melainkan hanya hubungan melalui *e-mail* dan lainya.

Konsumen dalam transaksi *e-commerce* memiliki resiko yang lebih besar daripada penjual atau merchantnya. Atau dengan kata lain hak-hak konsumen dalam *e-commerce* sangat rentan. Karena itu selain jaminan yang diberikan oleh penjual atau merchant sendiri, diperlukan jaminan yang berasal dari pemerintah. Jaminan dari pemerintah ini diharapkan berupa undang-undang yang dapat memberikan kedudukan yang lebih kuat bagi konsumen.

Pada tanggal 20 April 2000, Indonesia mulai memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini mengatur mengenai hak-hak konsumen, dan perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi produsen.⁶

Jika dikaitkan antara hak-hak konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang perlindungan konsumen dengan hak-hak konsumen pada transaksi *e-commerce*, maka hak-hak *e-commerce* sangat riskan karena dalam transaksi elektronik, penjual dan pembeli, baik dalam fase bincang-bincang atau lainya sama sekali tidak bertemu fisik melainkan hanya hubungan melalui *e-mail* dan lainya.

Dewasa ini, transaksi elektronik semakin marak digunakan oleh sebagian besar konsumen belanja online di Indonesia, para pembeli pada situs belanja online terikat pada ketentuan baku yang dibuat sepihak oleh perusahaan penyedia jasa belanja online. jika barang yang diterima oleh konsumen

⁶Edmon Makarim, *Op.Cit*, h. 242.

memiliki cacat atau terdapat kesalahan yang menjadi pertanyaan ialah bagaimana cara konsumen atau pembeli menginginkan pengembalian atau ingin membatalkan transaksi atas barang. Dan masih banyak permasalahan-permasalahan yakni diantaranya ialah barang tak kunjung sampai kepihak konsumen, kerusakan pada barang, ketidak sesuaian dengan gambar dan informasi mengenai barang, dan sulit mendapatkan penggantian atas barang dan bahkan konsumen tidak mendapatkan penggantian atas barang yang telah dibeli.

Hal ini telah dialami Mega Fauza salah satu konsumen yang melakukan pembelian barang di salah satu toko online yaitu pada *websitewww.zalora.co.id*, ia mengalami kerugian terhadap barang yang ia pesan yakni berupa baju yang tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan oleh toko online tersebut. Dengan hal ini mau tidak mau konsumen harus segera membayar barang yang telah ia pesan. Maka fakta tersebut mencederai dan bertentangan dengan hak-hak yang dimiliki konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan fakta-fakta tersebut maka penulis ingin mengangkat sebuah penelitian yang berjudul **PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA TRANSAKSI ELEKTRONIK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI RT 02/RW 05 KELURAHAN TUAH KARYA KEC. TAMPAN PEKANBARU.**

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penulisan ini lebih terarah sehingga dapat mencapai maksud dan tujuan penulis, maka penulis membatasi pembahasan pada tulisan ini yaitu mengenai perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan atas latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan diteliti dan dibahas lebih lanjut dalam skripsi ini. Adapun masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Karya Kec. Tampan Pekanbaru?
2. Apa faktor penghambat terhadap perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Karya Kec. Tampan Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Karya Kec. Tampan Pekanbaru.

2. Untuk mengetahui faktor penghambatterhadap perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumendi RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah KaryaKec. Tampan Pekanbaru.

E. Metode Penelitian

Untuk melakukan metode itu sebagaimana disebut diatas ialah diperlukan beberapa tehnik:

1. Jenis penelitian

Dilihat dari jenisnya, maka penelitian ini dapat digolongkan kepada penelitian hukum sosiologis, dengan cara melakukan observasi dan wawancara, karena dalam pengumpulan data, penulis melakukan survei di lapangan dengan mendatangi responden. Dengan kata lain penelitian survei adalah penelitian yang mengambil data dengan menggunakan sistem wawancara sebagai alat pengumpul data.⁷ Pendekatan dalam penelitian ini ialah pendekatan efektifitas hukum yaitu kesesuaian antara apa yang diatur dalam hukum dengan pelaksanaannya. Bisa juga karena kepatuhan masyarakat kepada hukum karena adanya unsur memaksa dari hukum.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah KaryaKec. Tampan Pekanbaru, yakni konsumen yang melakukan transaksi elektronik, adapun alasan bagi penulis memilih lokasi tersebut adalah

⁷Masri Singaribun dan Efendi, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: LP3ES, 1989), h. 35

karena di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Kec.Tampan Pekanbaru sudah banyak masyarakat yang melakukan jual beli dengan transaksi elektronik.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen terdiri dari 1 orang, Customer Service toko online terdiri dari 2 orang, dan konsumen yang melakukan transaksi elektronik di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Karya Kec. Tampan Pekanbaru yang terdiri dari 172 sehingga dapat di jumlahkan bahwa populasi pada penelitian ini terdiri dari 175. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah Kepala Seksi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang terdiri dari 1 orang (100 % dari populasi), Customer Service zalora terdiri dari 1 orang (100 % dari populasi), Customer lazada terdiri dari 1 orang (100% dari populasi) dan konsumen yang melakukan transaksi elektronik di kelurahan tuah yang terdiri dari 43 orang (25 % dari populasi), sehingga dapat di jumlahkan yang menjadi sample dalam penelitian ini sebanyak (46 orang).

Di sini penulis menggunakan metode purposif sampling yaitu metode yang mengambil langsung kepada masyarakat/objek penelitian dari yang akan diteliti yaitu orang yang melakukan pembelian melalui transaksi elektronik.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh melalui penelitian langsung kepada masyarakat/objek penelitian. Dengan cara wawancara kepada para responden yang berkaitan langsung dengan rumusan masalah dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang penulis peroleh dari literatur tentang perlindungan konsumen, misalnya buku-buku, undang-undang, dan peraturan perundang-undangan lainnya yang turut mendukung penelitian ini.

5. Alat Pengumpul Data

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara :

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung kelapangantepatnya di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah KaryaKec.Tampan Pekanbaru.

b. Angket

Angket adalah alat pengumpul data yang digunakan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, kemudian angket ini

diisi secara tertulis oleh konsumen yang melakukan kegiatan transaksi elektronik yang terpilih sebagai responden.

c. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung dan/atau diajukan secara verbal kepada responden⁸, tanya jawab dilakukan dengan masyarakat/ objek penelitian.

d. Kajian Pustaka

KajianPustaka adalah metode pengumpulan data digunakan peneliti dalam mencari dan mengumpulkan stimulus-stimulus yang mendukung dan menguatkan penelitian yang diadakan.Metode ini dilakukan dengan mengkaji berbagai literatur yang mendukung dan berkaitan dengan objek penelitian.

6. Teknik AnalisisData

Setelah penulis memperoleh data dari wawancara maka data tersebut dikumpulkan, diolah dan selanjutnya disajikan dalam bentuk paragraf melalui pendekatan kualitatif.⁹ Kemudian dilakukan analisa (pembahasan) dengan cara membandingkan teori-teori hukum atau pendapat-pendapat para ahli dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen sehingga nantinya data yang diperoleh adalah data yang bersifat deskriptif.

⁸ Lihat Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cet. 3, (Jakarta: UI Press, 2007), h. 24

⁹ Heri Jauhari, *Pedoman Menulis Karya Ilmiah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2007), h. 40

F. Sistematika Penulisan

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penelitian yang digunakan, dan sistematika penulisan.

BAB II :TINJAUAN UMUM TENTANG KELURAHAN TUAH KARYA

Pada bab ini akan diuraikan tentang sejarah Kelurahan Buah Karya, geografis Kelurahan Buah Karya, iklim kelurahan Buah Karya, Data penduduk .

BAB III: TINJAUAN UMUM TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pada Bab Ini Berisi Tentang Pengertian Informasi Dan Transaksi Elektronik, Pembagian Transaksi Elektronik, Metode Pembayaran Dalam Transaksi Elektronik, Pengertian Perlindungan Konsumen, , Azas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen, Pengertian Pelaku Usaha, Pengertian Jasa, Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dan Ganti Rugi Kepada Konsumen.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang, perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di RT 02/RW 05 Kelurahan Buah Karya Kec. Tampan Pekanbaru, dan faktor Penghambatan terhadap

perlindungan konsumen pada transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di RT 02/RW 05 Kelurahan Tuah Karya Kec. Tampan Pekanbaru.

BAB V :PENUTUP

Bab ini berisikan Kesimpulan dan Saran.